

ВИХОВАННЯ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СТАРШОКЛАСНИКІВ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Світлана ШАНДРУК (Кіровоград)

У статті автор звертає увагу на актуальні проблеми сучасності – гуманізацію та гуманітаризацію розвитку особистості, можливості виховання ціннісних орієнтацій учнівської молоді в складній і суперечливій сфері засобів масової інформації.

В статье автор обращает внимание на актуальные проблемы современности – гуманизацию и гуманитаризацию развития личности, возможности воспитания ценностных ориентаций ученической молодежи в сложной и противоречивой сфере средств массовой информации.

Ключові слова: виховання старшокласників, ціннісні орієнтації, засоби масової інформації.

Постановка проблеми. В умовах глибоких політичних, економічних та соціальних змін в усіх галузях життя сучасного суспільства з'явилась необхідність по-новому поглянути на проблему виховання ціннісних орієнтацій підростаючого покоління. У педагогічному аспекті це зумовлено тим, що в недалекому минулому за загальноосвітньою школою був офіційно закріплений статус основного інституту соціалізації особистості, а інші інститути виховання виконували тільки допоміжну роль. Створювалась ідеологічна ілюзія про несперечливість входження молоді в життя суспільства.

Сучасний об'єктивний характер суспільного прогресу в галузі педагогічної діяльності веде до того, що на зміну монопольному становищу школи в сфері виховання особистості, її формування і розвитку приходить всебічна взаємодія всіх інститутів соціалізації, що діють у межах правового простору, зокрема й засоби масової інформації (ЗМІ).

ЗМІ є одним із основних інститутів соціалізації, який визнаний у всьому цивілізованому світі регулювати та забезпечувати основні права та обов'язки демократично вільної людини. Адже розповсюдження інформації за допомогою масової комунікації є засобом ідеологічного, політичного, економічного, правового, етичного, естетичного, художнього та інших впливів на ціннісні орієнтації молоді.

Зокрема, у відповідних науково-теоретичних розробках і в практичному досвіді більшості розвинених країн засоби масової інформації відносять до такого виду соціального спілкування, котрий за своєю природою та сутністю є сферою активізації аксіологічного виховання, творчого становлення й розвитку людини, всіх її духовно-моральних сил, що забезпечується культурним прогресом суспільства в цілому (Л. Миколаєва, Л. Порше, Р. Торай, П. Ферран, Л. Чашко та ін.).

Аналіз досліджень і публікацій. Значний внесок у розробку проблеми масової інформації як інституту соціалізації, так і фактора виховання ціннісних орієнтацій молоді внесли такі відомі сучасні вчені, як: І. Бех. Ю. Гальперін. І. Кон. В. Ксенофонов, Л. Сніжко, В. Москаленко, О. Савченко, О. Первишева, Л. Гордін, Г. Шевченко та інші (аналіз проблеми виховання молоді, принципи взаємодії соціальних інститутів, фактори та умови виховання); В. Гуров, І. Левшина, В. Лізанчук, І. Звєрева, А. Толстих, А. Харчев, С. Хлебик та інші (аналіз різних змістовних аспектів засобів масової інформації й комунікації);

Т. Сущенко, Л. Біла, Г. Камаєва, Л. Масол, Т. Позднякова, І. Дубровицький та інші (нові форми роботи з організації навчально-виховного процесу і дозвілля старшокласників).

Окрім цього, питання цінностей та орієнтацій на них людини знайшли розкриття в працях філософів (В. Василенко, О. Дробницький, А. Здравомислов, І. Зязюн, М. Каган, В. Малахов, В. Ольшанський, Г. Полушин, І. Попов, В. Тугаринов, Н. Чавчавадзе, Б. Чагин та ін.), які розглянули зміст і типологію цінностей, значення їх як чинників функціонування суспільства.

Мета статті. Розкрити можливості виховання ціннісних орієнтацій учнівської молоді засобами масової інформації.

Виклад основного матеріалу. Протягом останнього десятиріччя істотно зріс інтерес до вивчення зазначеної проблематики в Україні, особливо в площині гуманізації та гуманітаризації освіти (В. Бутенко, С. Гончаренко, М. Євтух, В. Радул, О. Савченко, О. Сухомлинська, С. Харченко, Г. Шевченко, М. Ярмаченко та ін.) Моделюється специфічна педагогічна стратегія, зорієнтована на нову соціальну реальність, у лоні якої відроджується і розвивається вітчизняна та світова культура, зокрема й інформаційна (Л. Коваль, О. Олексюк, Г. Падалка, О. Рудницька, Г. Сагач, О. Семашко, Г. Тарасенко та ін.).

Аналіз філософської, психолого-педагогічної та соціологічної літератури засвідчив, що такий важливий аспект, як виховання ціннісних орієнтацій учнівської молоді засобами масової інформації, ще не став предметом спеціального дослідження. Доречним буде вказати й на об'єктивно наявне протиріччя між величезними потенційними можливостями засобів масової інформації як важливого фактора виховання і розвитку ціннісних орієнтацій старшокласників, з одного боку, й малоефективним характером використання цих можливостей у педагогічній практиці школи, з іншого.

Історичний і сучасний аналіз категорії "ціннісні орієнтації" (Сенека, Марк Аврелій, І. Кант, Г. Лотце, Г. Ріккерт, Дж. Дьюї, Р. Перрі, а також В. Тугарінов, М. Каган, Л. Столович, В. Ольшанський, А. Здравомислов, Н. Чавчавадзе, В. Ядов та ін.), надав можливість трактувати їх як вибіркову систему спрямованості інтересів і потреб особистості, яка зорієнтована на певний аспект цінностей.

Цінності – це значущість явищ, предметів реальної дійсності й культури з погляду відповідності або невідповідності їх потребам суспільства, соціальних груп і окремих осіб. А характеристика психолого-педагогічного ракурсу даної проблеми дала змогу виявити кілька параметрів, що з'ясовують сутність ціннісних орієнтацій. Так, з одного боку, вони становлять взаємозв'язок елементів психологічної спрямованості особи (потреб, інтересів, смаків ...), аз іншого –

проявляються як певний вид орієнтаційної дії, що обумовлюється рівнем розвитку ставлень і переваг людини у широкій сфері культури і життя. По-перше, вони формуються у процесі соціального розвитку особи, а по-друге – здійснюють суттєвий вплив на її соціалізацію. [3].

Результати наукового пошуку і доробки вітчизняних дослідників цієї проблеми (В. Анненков, В. Дряпіка, О. Здравомислов, В. Мухіна, І. Нужна, О. Рудницька, В. Ядов та ін.) допомогли визначити структуру ціннісних орієнтацій, що розглядається як складний комплекс потреб, інтересів, смакових установок особи в актах сприйняття, оцінки і вибору цінностей.

Звернення до теоретичних концепцій О. Конта, Е. Дюркгейма, Т. Парсонса, З. Фрейда, М. Вебера та інших вчених, аналіз різних напрямків соціалізації індивіда призвели до висновків, що специфіка кожної з концепцій залежить від того, на яких способах взаємодії людини із соціальним оточенням будується та чи інша теорія. Враховуючи їх аналіз та спираючись на сучасні наукові дослідження (К. Абульханова-Славська, І. Бех, Б. Бітінас, Є. Головаха, Р. Гурова, І. Зверева, Л. Колосова, М. Лебедик, Л. Новикова, В. Радул, В. Сластьонін, Р. Хмелюк, П. Якобсон та ін.) обґрунтовується особистісно зорієнтована концепція виховання Людини Культури. Цей підхід враховує єдність трьох сутностей: природної, соціальної та культурної, де молода людина з вихованими ціннісними орієнтаціями стає суб'єктом суспільних відносин за умов активного засвоєння і відтворення нею справжньої культури – загальнолюдської цінності (з її гуманістичним "зарядом"). Умовно виокремлюються властивості особи, яка соціалізується: сформована культура почуттів, систематизовані знання і явлення (інформаційна культура), розвинута мотиваційна і духовна сфера. [1].

Соціалізація – процес освоєння й активного відтворення людиною соціально-культурного досвіду, оволодіння навичками теоретичної і практичної діяльності, перетворення реально існуючих цінностей і ставлень до них у якості особистості. Адже виховання і соціальний розвиток людини можна розглядати як керування становленням або зміною її ціннісних орієнтацій (С. Гончаренко, О. Коджаспиров).

Зазначається, що виховання ціннісних орієнтацій учнівської молоді здійснюється під впливом цілеспрямованих процесів (навчання, виховання) у навчально-виховних закладах і під впливом стихійних факторів соціалізації, зокрема, засобів масової інформації. У цьому зв'язку визначаємося, що ЗМІ – особливий вид соціального спілкування, котрий здійснюється у масштабах суспільства і, маючи потужний ціннісно-орієнтаційний виховний потенціал, є важливим чинником соціалізації особи. ЗМІ – це своєрідна система, яка охоплює періодичні

друковані видання, радіо-, теле-, відеопрограми, інші форми періодичного поширення масової інформації, зокрема, комп'ютерні телекомунікаційні технології (Л. Губерський, В. Вергун, В. Донсбах, Д. Дюпре, В. Іванов, А. Москаленко, В. Петрушин, Є. Полат та ін.).

Проведений аналіз вітчизняного інформаційного простору, зокрема, молодіжного, дав певне уявлення про властивості сучасної соціальної інформації, котра визначається як повідомлення, що передаються будь-яким зрозумілим людині кодом і містить у собі відомості про процеси функціонування громадянських спільнот, факти і події у масштабах суспільства. Враховуючи, що різні сфери ЗМІ (преса, радіо, телебачення, комп'ютерні ЗМК) виконують широкий обсяг як загальноінформаційних, комунікативних, так і специфічних функцій, справляючи значний вплив на молоду особу, ці функції були умовно перекладені у своєрідну аксіологічну "піраміду", де вершина – загальнолюдська цінність (з її гуманістичним "зарядом"); підґрунтя – абсолютні (новизни, змістовності, достовірності, доступності, своєчасності, систематичності, масштабності, відповідності, товарності та ін.) та прикладні (евристично-пізнавальні, ідейно-формульовальні, світоглядно-розвивальні, соціально-орієнтаційні, контактано-комунікативні, культурно-просвітницькі, емоційно-гедоністичні та ін.) функції-цінності. Хоча наведений добір функцій-цінностей ЗМІ є умовним (адже в педагогічному ракурсі ця "системно-виховна ланка" знаходиться у постійному варіативному русі), все ж орієнтуючись на ті чи інші абсолютні або прикладні цінності та обираючи за визначальну – гуманістичний "заряд" загальнолюдської вартості, вихованець має змогу постійно коригувати свої ціннісні орієнтації, помисли і вчинки. [2].

Акцентується увага, що масова інформація має виховну, ціннісно-орієнтаційну зумовленість. За допомогою її засобів набувають масового тиражування моральні, естетичні, духовні цінності та соціальні норми. У систематизованому вигляді вона відображає світоглядні уявлення і суспільний настрій, що панують у суспільстві. Але потужний виховний потенціал ЗМІ не реалізується, коли особистості, що складають її аудиторію, не мають спільних соціальних почуттів, спільного соціального досвіду, ціннісної зорієнтованості.

Слід підкреслити, що спілкування молоді із ЗМІ має багатоаспектний характер. Молодь бере активну участь у різних формах інформаційного контактування, але, насамперед, як типу емоційної релаксації, водночас, прагнучи знайти в ЗМІ діалогічне спілкування з довіреною особою, із справжніми наставниками й товаришами. Проте сучасна індустрія розваг (масова культура) нерідко спрямовує ЗМІ на формування в молоді як духовної, так і соціальної апатії. Виховання ціннісних орієнтацій підростаючого покоління майже повністю «випало»

з-під контролю спеціалізованих виховних інституцій, які здійснювали її протягом століть. Результати цього плину настільки руйнівні, що ціннісна аморфність, бездуховність, аморальність тощо почали у величезних масштабах загрожувати соціальному становленню сучасної молоді. Гіркий урок XX століття підтверджує: формалізоване виховання дає формалізовану людину, спрощене виховання – спрощену людину, комп'ютерне виховання – «комп'ютерну» людину, інформаційне виховання – «інформаційну» людину. З останнього походить і така тенденція соціокультурної реальності, як інформоманія юнаків і дівчат. Це своєрідна хвороба часу, нестримне нагромадження інформації, що за своєю суттю замінює справжню культуру.

Висновки. Виховання ціннісних орієнтацій старшокласників засобами масової інформації є важливим фактором формування інформаційної культури і перспективним регулятором їх соціального розвитку. Через засвоєння молодого особою справжніх цінностей ЗМІ та соціально вагомої інформації досягається цілеспрямоване формування її суспільно значущих властивостей, мотивованого рівня соціалізації.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Коваль Л. Г., Зверева І. Д., Хлебик С. Р. Соціальна педагогіка / Соціальна робота: Навчальний посібник. – К.: ІЗМН, 1997. – 392 с.
2. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
3. Радул В. В. Соціальна зрілість молодого вчителя. – К.: Вища шк., 1997. – 269 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Шандрук Світлана Іванівна – кандидат педагогічних наук, доцент, докторант кафедри педагогіки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка.

Коло наукових інтересів: порівняльна педагогіка, ціннісне орієнтування молоді.